

## DIBATTITI

# Oltre la crisi tra glocal e social media

**L**a crisi è il presente. Ma il futuro non è solo a tinte fosche. L'occasione per fronteggiarla è rappresentata da nuovi mercati e scorcî inesplorati o poco conosciuti: parola degli studenti dell'Associazione Jet-Escp Europe, la junior enterprise della Business school di Torino, composta e gestita da studenti del master in management, che per tratteggiare insieme a teorici e imprenditori le prospettive della nostra economia da martedì prossimo al Circolo dei Lettori del capoluogo piemontese conducono il ciclo di cin-

que incontri «Un futuro davanti a noi».

«È un'operazione culturale a mio avviso assai intelligente, che consente di fare una sana controinformazione: raccontare di imprese che ce l'hanno fatta, pur con le loro difficoltà, contribuisce a ridimensionare l'immagine dell'impresa vista solo come macchina da profitto o fonte di problemi, a cominciare dalla disoccupazione», osserva Davide Canavesio, presidente dei Giovani imprenditori dell'Unione industriale di Torino e ad di Seat Group, protagonista dell'in-

contro inaugurale dedicato ai «Mercati emergenti» insieme a Giorgio Pellicelli, docente di Economia all'Università di Torino, e ad Alberto Peyrani, presidente e ad del Gruppo Olsa. E dal suo osservatorio, a proposito di imprese giovani Canavesio aggiunge: «Per loro la crisi è una condizione, un modo di essere in cui si muovono in modo propositivo, cercando di attuare innovazione e cambiamenti, e questo è senz'altro un fattore positivo. In agguato, però, c'è il rischio del credit crunch».

Le prospettive si aprono

perciò proprio per chi ha immesso sul mercato prodotti totalmente innovativi o avviato una fortissima internazionalizzazione, rivolgendosi ai mercati del Far East. E a come favorire i rapporti virtuosi fra prodotto locale e mercato globale cerca di rispondere il secondo incontro, «Investire sul Glocal», in programma il 14 febbraio. Ne parlano alcuni imprenditori torinesi che del "think global act local" hanno fatto una chiave di successo: Aldo Bonomi, fondatore e direttore dell'Istituto di Ricerca Aaster, Agenti di svilup-

po del territorio, Edoardo Fassino, ad e direttore creativo di P'1'01 (l'azienda produttrice dei pantaloni che oggi indossano il presidente Usa, Barack Obama e il numero uno Fiat, Sergio Marchionne), Guido Gobino, presidente dell'omonima cioccolateria artigianale e Guido Martinetti, cofondatore della catena di gelaterie d'eccellenza Grom.

Il 28 febbraio e il 13 marzo si parlerà di Start up e Socialnomics, l'uso dei social media come strumento di marketing. E poi la chiusura, il 12 aprile, con la lectio magistralis dell'economista Loretta Napoleoni sulle prospettive future dell'economia.

**Ma.Fo.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA